НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ЗВІТ

Про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Заклад вищої освіти	**Національний університет "Києво-Могилянська академія"**
Освітня програма	**27218 Маркетинг**
Рівень вищої освіти	**Магістр**
Спеціальність	**075 Маркетинг**

Цей звіт складений за наслідками акредитаційної експертизи згаданої вище освітньої програми, що проводилася Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти.

Звіт є результатом роботи експертної групи. Його основним призначенням є систематизація отриманої інформації, її аналіз та безпосереднє оцінювання якості освітньої програми. Звіт призначений як безпосередньо для закладу вищої освіти, так і для широкої громадськості. Він є публічним документом та буде оприлюднений на сайтах Національного агентства і закладу вищої освіти. Він також є підставою для прийняття подальших рішень галузевою експертною радою та Національним агентством.

Детальніше про мету і порядок проведення акредитації можна дізнатися на вебсайті Національного агентства – https://naqa.gov.ua/

Використані скорочення:

ID - ідентифікатор

ВСП - відокремлений структурний підрозділ

ЄДЕБО - Єдина державна електронна база з питань освіти

ЄКТС - Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

ЗВО - заклад вищої освіти

ОП - освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про освітню програму

Назва ЗВО	**Національний університет "Києво-Могилянська академія"**
Назва ВСП ЗВО	*не застосовується*
ID освітньої програми в ЄДЕБО	**27218**
Назва ОП	**Маркетинг**
Галузь знань	**07 Управління та адміністрування**
Спеціальність	**075 Маркетинг**
Спеціалізація (за наявності)	*відсутня*
Рівень вищої освіти	**Магістр**
Вид освітньої програми	**Освітньо-наукова**

2. Відомості про склад експертної групи та акредитаційну експертизу

Склад експертної групи	**Зайцева Олена Іванівна, Ткаченко Наталія Борисівна, Забарна Елеонора Миколаївна (керівник)**
Залучений представник роботодавців	**-**
Дати візиту до ЗВО	**11.02.2021 р. – 13.02.2021 р.**

3. Посилання на документи, які підлягають оприлюдненню закладом вищої освіти на своєму вебсайті

Відомості про самооцінювання ОП	**https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-34-06/vidomosti-pro-samootsiniuvannia-osvitno-naukovykh-prohram**
Програма візиту експертної групи	**https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-34-06/vidomosti-pro-samootsiniuvannia-osvitno-naukovykh-prohram**

4. Інформація про наявність у звіті інформації з обмеженим доступом

☐ Звіт не містить інформацію з обмеженим доступом

І. Наявність або відсутність підстав для відмови в акредитації, не пов'язаних із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми

На думку експертної групи, підстави для прийняття рішення про відмову в акредитації з підстав, не пов'язаних із відповідністю критеріям оцінювання якості освітньої програми:

відсутні

ІІ. Резюме

Загальні враження про ОП, найголовніші висновки щодо відповідності Критеріям

При загальному дуже позитивному враженні, дивне відчуття, що чогось не вистачило. Сталі традиції взаємної поваги та підтримки між усіма учасниками освітньої діяльності, активної міжнародної співпраці по програмах академічної мобільності, партнерське ставлення до здобувачів та між усіма викладачами, злагоди між менеджментом та професорсько-викладацьким складом (ПВС) по всьому функціоналу освітнього процесу. Приємне враження ЕГ отримала від розуміння того, що самі здобувачі висувають високі вимоги до освітнього процесу, рівня викладання та професійних якостей викладачів. Внутрішнє розуміння ПВС потреби актуальних змін є справжньою рушійною силою підвищення якості. За таких високих вимог до освітнього процесу, певний осад залишило не уважне ставлення до роботи з документами. Завантажена в систему НАЗЯВО ОНП з усіма додатками містить певні описки (в різний спосіб названа форма підсумкової атестації (дипломна/магістерська/кваліфікаційна робота), є певна невідповідність в годинах по НП та силабусах (це радше технічні помилки, ніж принципово змістовні), доволі вільний перерозподіл програмних результатів навчання (ПРН) по освітнім компонентам (ОК) викликав багато запитань. Повною мірою поважаючи автономію та бренд-імідж НаУКМА, ЕГ з розумінням ставиться до університетської політики затвердження виключно освітньо-наукових програм (ОНП) другого (магістерського) рівня в науковому напрямі, а не освітньо-професійних. Однак, ОНП з “Маркетингу” магістерської підготовки, шо акредитується, містить ПРН на 100% визначені стандартом, вони не доповнені саме науковими складовими та навичками, тобто все ж таки, за своїм наповненням, програма орієнтована на формування професійних навичок сучасного маркетолога. Такий висновок підтвердився і під час спілкування з роботодавцями, і зі здобувачами, і випускниками програми.

Підсумок сильних сторін програми та позитивних практик

В НаУКМА сформована та культивується стала культура формування партнерських зв'язків між викладачами та здобувачами. Особливе враження ЕГ отримала від спілкування зі студентським самоврядуванням, їх активної життєвої позиції та справжнього наповнення “духом Могилянки”. Активні практики залучення практиків до аудиторних занять, в т.ч. “гостьові лекції”, залучення здобувачів до розв'язання практичних кейсів на прикладах реальних підприємницьких структур. Кращою практикою в роботі НаУКМА, в цілому, можна виокремити традицію підписання “Декларації з академічної доброчесності” всіма здобувачами вищої освіти одразу після зарахування, де визначено зміст, культуру, традиції закладу, розуміння відповідальності та наслідки щодо порушення академічної доброчесності.

Підсумок слабких сторін програми та рекомендації з її удосконалення

Під час підготовки до роботи ЕГ в ЗВО, попередньої роботи з відомостями про самооцінювання та наявної оприлюдненої інформації, ЕГ мала певні складнощі з неактивними посиланнями, яки було наведено в самоаналізі та обмеженим доступом до внутрішньої документації ЗВО, зокрема - навчально-методичними рекомендаціями по ОК ОНП з “Маркетингу” (доступ о останніх забезпечується корпоративними аккаунтами, які мають всі учасники освітнього процесу в НаУКМА). На жаль, практики гостьових акаунтів в НаУКМА не передбачено, тому, ретельного опрацювання та визначення змістовної якості цих матеріалів, методики оцінювання та навантаження практичною роботою, валідність контролю знань чітко визначити під час демонстрації екрану в Zoom-конференції на “відкритій зустрічі” було недостатньо). Навчальним планом (НП) передбачено по майже всім ОК лекційні та семінарські заняття, проте ретельний аналіз членами ЕГ змістовного наповнення “семінарських занять” та специфіка маркетингового функціоналу вбачає їх виключно “практичними”, а по окремим ОК де залучено програмні продукти, аналітичні розрахунки - навіть “лабораторними”.

ІІІ. Аналіз

У цьому розділі експертна група описує встановлені під час акредитаційної експертизи фактичні обставини, аналізує та оцінює їх, а також надає свої рекомендації щодо удосконалення ОП та діяльності за нею за окремими критеріями.

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

1. Освітня програма має чітко сформульовані цілі, які відповідають місії та стратегії закладу вищої освіти.

Освітня програма (ОП) “Маркетинг” була розроблена та затверджена у 2016 р. (протокол Вченої ради НаУКМА №12 від 29.09.2016 р.) на базі спеціальності “Маркетинг” за НП, ухваленим Вченою радою (протокол №1 від 11.01.2016 р.). У 2020 р. ОП було оновлено (протокол Вченої ради НаУКМА №22 від 24.12.2020 р.) в контексті мети, особливостей та відмінностей програми, придатності випускників до працевлаштування, осучаснено стратегії навчання, методи викладання та навчання, освітні компоненти. ОНП має чітко сформульовані цілі, що передбачають підготовку висококваліфікованих фахівців з маркетингу, володіючих інноваційним мисленням, фаховими компетентностями ефективного управління маркетинговою діяльністю організацій будь-якої форми власності, відповідають запитам ринку праці та здатні застосовувати отримані знання. Аналіз Стратегії розвитку НаУКМА на 2015-2025 рр., яку оприлюднено на сайті ЗВО у вкладці нормативна база bit.ly/370CGW4 , дозволив ЕГ зробити висновок про те, що цілі ОНП “Маркетинг” в цілому відповідають візії, корпоративним цінностями та стратегії університету. Вони зосереджені на розвитку креативного середовища на основі поєднання освіти з інноваціями і практикою, однак, суспільна місія ОНП в контексті виховання усвідомлених та відповідальних фахівців з маркетингу не була задекларованою.

2. Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням позицій та потреб заінтересованих сторін.

Цілі та ПРН ОНП були сформовані на основі критичного розгляду і публічного обговорення різними групами стейкґолдерів на офіційному сайті (https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business?fbclid=IwARoMcyQEDFJ_-4VoqcULWndSuQJkxsHdcdLb8SFNGrPokCeR-9VUz9iSkJc) та за безпосередньої участі їх у засіданнях кафедри маркетингу та управління бізнесом, опитування здобувачів вищої освіти. ЕГ визначає, що при перегляді ОНП було враховано думку професійних і громадських спільнот, представників ринку праці та фахівців провідних закладів вищої освіти України, про що свідчать позитиві рецензії на ОНП додані до звіту про самоаналіз. Результати опитування здобувачів, проведені випусковою кафедрою щодо якості навчання та пропозицій з оновлення ОК ОНП є анонімними, однак, визначені за результатами опитування тенденції були озвучені на засіданні кафедри завідувачем к.е.н., доц. Пічик К.В. В контексті пропозицій здобувачів було доповнено змістовне насичення дисциплін гостьовими лекціями, зокрема, “Influence-маркетинг” в дисципліні “Рекламний менеджмент”, “SMART-аналіз” в дисципліні “Маркетинговий менеджмент”, “Методи наукової презентації” в дисципліні “Методології наукових досліджень в маркетингу”. Також з пропозиціями на засіданні кафедри виступили представники стейкґолдерів Морозова Н., Мусевич Я., Силенко С., Гордієнко Є. (протокол засідання кафедри маркетингу та управління бізнесом онлайн №7 від 26.06.2020 р. було надано за запитом ЕГ та завантажено в систему). На онлайн фокус-зустрічі з роботодавцями Довжук Т. - представниця кампанії L’Oréal Ukraine підтвердила, що керівництво кампанії долучилося до перегляду ОНП, а маркетинг-директори читають гостьові лекції. Гордієнко Є. - власниця агенції Influence-маркетингу “Jgordienko agency” підтвердила, що вона розробила і провела лекцію “Influence-маркетинг”. Голова правління громадської спілки “Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив” Морозова Н. підтвердила участь асоціації в обговоренні цілей та ПРН ОНП, допомозі у формуванні навчальних програм окремих дисциплін.Решта присутніх роботодавців також підтвердили свою залученість до розроблення ОНП. Виявлення та врахування запитів стейкґолдерів було задокументованим кафедрою та підтвердженим на онлайн зустрічі ЕГ зі здобувачами та зустрічі ЕГ з роботодавцями, тому ЕГ мала змогу пересвідчитися, що залучення стейкґолдерів мало справжній, а не формальний характер.

3. Цілі освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Перелік ОК ОНП є ідентичним нормативному змісту стандарту за спеціальністю 075 “Маркетинг” для магістерського рівня за назвою та кількістю кредитів, однак, є певна невідповідність в годинах по НП та силабусах, наприклад, не повною мірою обгрунтований розподіл кредитів (курсова робота 5 кредитів, кваліфікаційна робота магістра 20 відповідно)) і ПРН по ОК. Загалом ОНП ураховує тенденції розвитку спеціальності, однак, за своїм наповненням, програма більш професійно-орієнтована, ніж наукова, це підтверджено при спілкуванні з роботодавцями, здобувачами і випускниками програми. Зміст ОНП в цілому відповідає тенденціям розвитку ринку праці, затребуваність маркетологів за експертними оцінками ГО “Українська Асоціація Маркетингу” у трійці провідних професійних сфер (https://kiev.grc.ua/article/25598), також випускники спеціальності “Маркетинг” Києво-Могилянської академії мають досить високий заробітний рейтинг (https://www.ukma.edu.ua/index.php/news/4489-mohylianka-vkotre-ocholyla-zarplatnyi-reitynh-zvo-ukrainy). Група забезпечення ОНП активно співпрацює (укладено меморандум про співпрацю) з “Міжнародною асоціацією маркетингових ініціатив” - офіційною галузевою організацією ринку маркетингових сервісів, яка об’єднує близько 50 агентств. http://mami.org.ua/uk/. Випускники програми є конкурентоспроможними на ринку праці, усі випускники працевлаштовані за спеціальністю, займають керівні пости або мають власний бізнес. При формуванні ОНП враховано досвід аналогічних ОП з інших закладів науки і освіти: а) вітчизняних – Львівського торговельно-економічного університету, Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, Київського національного торговельно-економічного університету, Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, в частині змістовного наповнення ОК, додано ОК “Інноваційні технології в маркетингу” (вибіркова складова); б) іноземних – Вищої школи маркетингу та управління (Польща), Вищої школи економіки Празького Економічного університету менеджменту (Чехія), Віденського економічного університету (Австрія), IAE Gustave Eiffel at UPEC (Франція), Університетів Мачерата, Кассіно та Bologna Business School (Італія), Erasmus School of Economics (Нідерланди), Стенфордського університету (США), бізнес-шкіл INSEAD та London School of Business в частині методів викладання, де основний акцент

зроблено виконані індивідуальних та групових проектів на базі конкретних підприємницьких структур. Врахування досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних програм спрямовано на підготовку крос-функціональних фахівців, спроможних побудувати успішну кар'єру в різних компаніях на території України та за її межами.

4. Освітня програма дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності). За відсутності затвердженого стандарту вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти, програмні результати навчання повинні відповідати вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.

ОНП відповідає стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 “Маркетинг” для магістерського рівня (Наказ МОНУ від 10.07.2019 р. № 960). Однак, висока якість, особливість та унікальність ОНП має передбачати такі ПРН, які не вичерпуються виключно тими, що визначає стандарт. Тим більше в особливостях програми задекларовано вивчення спеціальних дисциплін з фокусом на інноваційність та цифрові технології, а у переліку ПРН не визначені ці результати. Всі решта ПРН, які передбачені стандартом забезпечуються обов’язковими та посилюються вибірковими ОК, що свідчить в цілому про досягнення ПРН

Загальний аналіз щодо Критерію 1:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 1.

ОНП має чіткі цілі, кваліфіковану групу розробників, групу забезпечення та потужний склад науково-педагогічного персоналу. Відчувається реальна багатогранна та усталена співпраця із різними групами стейкґолдерів, системне врахування тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці та досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних ОП. ЕГ пересвідчилась в тому, що співробітництво з багатьма компаніями, зокрема з L’oreal Ukraine носить системний характер: це і бази практики і потенційне працевлаштування, і формування програми щодо запровадження дуальної освіти за даною ОНП.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 1.

Недоліки: Не узгоджено мету та цілі ОНП з суспільною місією університету в контексті підготовки відповідальних та усвідомлених фахівців з маркетингу, не обґрунтовано наукову складову ОНП, ПРН не доповнені складовими, які відображають специфіку та унікальність порівняно з ОП/ОНП інших ЗВО та цифровими навичками, які задекларовано в особливостях даної програми. Рекомендації: Узгодити мету та цілі ОНП з суспільною місією університету, змістовно доповнити програмні результати навчання такими, що дозволяють використовувати цифрові навички, посилити наукову складову ОНП відповідними ОК.

Рівень відповідності Критерію 1.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 1.

Потребує обґрунтування наукова складова ОНП, або переорієнтація її на професійний профіль. Важливо узгодити цілі ОНП з суспільною місією університету. Додати програмні результати навчання, що відповідають фукусу програми на цифрові технології.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

1. Обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти та відповідного стандарту вищої освіти (за наявності).

Відомості про самооцінювання відповідають ОНП 2020 р. та навчальному плану 2020 р. Стандарт вищої освіти для відповідної освітньої програми та рівня був затверджений наказом МОН України від 10.07.2019 р. Наказ № 960.

Обсяг ОНП 2020 р. у кредитах ЄКТС становить 120 кредитів, з яких 65 кредитів (54,2 %) формують нормативну складову (в т.ч. два види практики загальним обсягом 10 кредитів (науково-дослідницька 7 кредитів та педагогічна 3 кредити)), дисципліни професійної та практичної підготовки (зазначені в НП як вибіркові) - 25 кредитів (20,8%), дисципліни вільного вибору студента - 10 кредитів (8,3%), виконання магістерської роботи - 20 кредитів (16,7%). Обсяг ОНП та окремих ОК в цілому, відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для магістерського рівня вищої освіти та відповідного стандарту. Спілкування з академічним персоналом (групою забезпечення) та здобувачами підтвердило факт вільного вибору дисциплін, зазначених в навчальному плані як "професійна та практична підготовка", загальним обсягом 25 кредитів. Такий підхід регламентований Положенням "Про організацію освітнього процесу у НаУКМА" (Наказ №216 від 13.05.2019р.) https://bit.ly/3akGVUP, зокрема, п. 4.8. "Вибіркова частина навчального плану спеціальності складається з двох розділів: дисципліни професійної та практичної підготовки і дисципліни вільного вибору студента".

2. Зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, складають логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дозволяють досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

Критичний аналіз ОНП та матриці "Структурно-логічної схеми підготовки фахівця" (стор.18 ОНП) дає підстави до таких висновків: ОНП потребує чітко визначеної структурно-логічної схеми формування з метою забезпечення послідовності викладання змістових компонентів по окремих фахових ОК. ОК "Курсова робота" - не наведено за яким напрямком та якій навчальній дисципліні вона відповідає - проте при спілкуванні з Гарантом, було визначено що курсова робота є комплексною роботою з маркетингових дисциплін. ОК "Методика викладання маркетингу у вищій школі" цілком логічно мала б передувати "педагогічній практиці", проте, зазначену ОК віднесено до циклу вибіркових, в той час коли педагогічна практика є нормативною ОК. Під час спілкування ЕГ з Гарантом ОНП та академічним персоналом, було зазначено, що здобувачі під час навчання на бакалавраті, отримують початкові навички з психології та педагогіки. Змістовний аналіз відомостей про самооцінювання, ОНП та НП дозволяє стверджувати, що ПРН в окремих ОК неефективно розподілено. Наприклад, "Англійська мова" дає можливість отримати Р15 "…обробляти і аналізувати дані із застосуванням сучасних методів та спеціального програмного забезпечення"; Р17 "Вміти оприлюднювати результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів"; "Інтелектуальна власність" - Р7 "Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта", Р5 "Презентувати та обговорювати результати власних наукових досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовою", "Соціальна відповідальність" - Р11 "Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою …"; "Інноваційний розвиток підприємства" - Р14 "Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку" (вказана ОК забезпечує 12 із 17 ПРН). Кожна з таких ОК, як "Стратегічний маркетинг", "Рекламний менеджмент", "Маркетинговий аудит" - забезпечують майже всі ПРН одразу. Такі результати навчання як Р3, Р5, Р8, Р9, Р10 віднесено практично до всіх ОК. Під час бесіди з такими фокус-групами як "академічний персонал", "здобувачі", Гарант ОНП було підкреслено, що виконання індивідуальних та групових проектів, використання кейсів під час проведення практичних/семінарських занять потребує комплексного підходу, що і стало підґрунтям для формування таких матриць співвіднесення ПРН, ОК та компетентностей. Слід зазначити, що, в цілому, кожний ПРН охоплений змістом програми, корелюється з компетентностями, базується на теоретичних та практичних засадах маркетингу, що відображено у силабусах дисциплін, однак, все ж таки, потребує чіткого їх перерозподілу між ОК ОНП з чітким визначенням їх наукової складової.

3. Зміст освітньої програми відповідає предметній області визначеної для неї спеціальності (спеціальностям, якщо освітня програма є міждисциплінарною).

Всі ПРН забезпечуються ОК, що включені до нормативної складової ОНП. Нормативні (обов'язкові) ОНП не містить ОК, які не мають зв'язку зі спеціальністю "Маркетинг" та формуванням загальних компетентностей. Як чітко зазначено в відомостях про самооцінювання "в університеті не реалізується підготовка магістрів за іншими освітніми програми в межах даної спеціальності", отже представлена ОНП повною мірою та змістовно по всім ОК відповідає предметній області: теоретичному змісту маркетингових концепцій та прикладним формам їх застосування.

4. Структура освітньої програми передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін у обсязі, передбаченому законодавством.

Індивідуальна траєкторія ОНП забезпечується такими документами: Положенням "Про організацію освітнього процесу у НаУКМА" (Наказ №216 від 13.05.2019р.) https://bit.ly/3akGVUP (п.4.16-4.22), зокрема, п. 4.16. "Навчання студента НаУКМА здійснюється на основі його індивідуального планування. Індивідуальний навчальний план містить перелік нормативних та вибіркових дисциплін відповідно до робочого навчального плану з урахуванням творчого потенціалу, особистісного росту та професійних інтересів особи, яка навчається". П.4.17 визначає, що "запис студента на вибіркові дисципліни, формування індивідуального плану та його корекція…здійснюється за

допомогою системи автоматичного запису", вказана Система також формує відповідне навантаження на ПВС та визначає кількість кредитів, які опановує здобувач впродовж семестру (система чітко інформає, якщо кредитів не вистачає, або набрано зайву кількість кредитів та унормовує цей процес). Вибір дисциплін студентами-магістрантами здійснюється в осінньому семестрі згідно з календарним графіком. Обсяг вибіркових дисциплін відповідає затвердженому Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" другого освітнього рівня і становить 29% від загального обсягу кредитів. Вибіркову складову НП 2020р. представлено двома частинами: "Дисципліни професійної та практичної підготовки" загальним обсягом вибору 25 кредитів, та "Дисципліни вільного вибору студента", загальним обсягом вибору 10 кредитів. Останній блок містить дисципліни загально гуманітарного спрямування та фізичне виховання, які обирають здобувачі з будь-якій ОП/ОНП НаУКМА. Слід зазначити, що критичний аналіз НП свідчить, що вибір ОК побудований таким чином, що в будь-якому випадку здобувач має обрати ОК "Торговельний маркетинг" (4 кр.), адже в загальному підсумку вибір дисциплін блоку "професійної та практичної підготовки" має становити 25 кр. - всі інші дисципліни є трьох кредитними (25-ть не є кратним 3-м, отже є єдина ОК, загальним обсягом в 4 кр.). В цілому, здобувачі визначили, що підхід до формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачами в НаУКМА є цілком прозорим та зрозумілим. У відкритому доступі, на сторінці відповідної кафедри розміщено силабуси з нормативних (обов'язкових) дисциплін, інформація щодо змісту вибіркових дисциплін розміщується на платформі dist.edu, яка є закритою для сторонніх осіб. На жаль, ЕГ не мала доступу до платформи для уважного та змістовного ознайомлення з методичними матеріалами, лише загальне знайомство віртуальний-тур під час резервної зустрічі. Доступ здобувачів до вказаних матеріалів на плотформі dist.edu здійснюється через їх корпоративні аккаунти.

5. Освітня програма та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності.

Положення "Про організацію освітнього процесу у НаУКМА" (Наказ №216 від 13.05.2019р.) https://bit.ly/3akGVUP п.6.5 визначається зміст практичих занять які формують навички практичного застосування теоретичних знань шляхом індивідуального виконання студентом відповідних завдань. Слід зазначити, що переважна кількість ОК в ОНП передбачає виконання здобувачами індивідуальних проектів та кейсів (це підтверджується і силабусами начальних дисциплін), проте, НП передбачає такі форми навчальних занять як лекційні та семінарські. Отже, простежується певна невідповідність форм та змісту аудиторних занять. Наприклад, дисципліна "Методологія наукових досліджень в маркетингу" відповідно до НП - єдина дисципліна, яка передбачає окрім семінарських 10 годин ще й 12 годин практичних занять. Всі інші дисципліни, зокрема й "Маркетинговий аудит", "Стратегічний маркетинг", "Інноваційний розвиток підприємства"... містять виключно лекційні та семінарські види занять. Під час спілкування з викладачами кафедри було зазначено, що кожна дисципліна орієнтована на виконання саме практичних занять, навіть лабораторних (зокрема, "Інноваційний маркетинг" з використанням ліцензійного програмного продукту marketing-analytic). ОНП передбачає два види практик: наукова-дослідна та педагогічна. Положення "Про практику студентів НаУКМА» (Наказ №669 від 17.11.2011р.) п.2. визначає два види практик в НаУКМА: навчальна і виробнича. До виробничої віднесено науково-дослідну практику. ЕГ, поважаючи автономію ЗВО та в якості дискусії, пропонує Центру забезпечення якості критично переосмислити такий підхід та розділити змістовне наповнення та визначити різницю між науково-дослідною практикою на другому освітньому рівні та виробничою практикою на першому освітньому рівні. Змістовне вивчення методичних рекомендацій щодо проходження науково-дослідної практики, переконливо свідчить про її професійно-виробничий напрям (вивчення підприємства, аналіз його господарської діяльності, визначення конкурентного середовища, тощо). Позитивним є досвід організації педагогічної практики: попередня підготовка методичних матеріалів, їх аналіз разом з керівником практики та залучення магістрантів до аудиторного процесу на першому (бакалаврському рівні) з маркетингових дисциплін. В цілому, фокус-група зі здобувачами підтвердила практичну спрямованість підготовки магістрів-маркетологів і під час аудиторних занять и під час проходження практик.

6. Освітня програма передбачає набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), що відповідають заявленим цілям.

ОНП з "Маркетингу" містить перелік компетентностей та РНП виключно в межах затвердженого стандарту зі спеціальності. Проте, під час спілкування з групою забезпечення, здобувачами та роботодавцями було підкреслено, що виконання індивідуальних проектів, їх презентація, спільні(групові) проекти в межах підготовки до семінарських занять сприяють набуттю соціальних навичок (soft skills) у здобувачів. Зокрема: здатність працювати у команді, креативність, здатність діяти соціально відповідально, здатність виявляти ініціативу. Такий підхід запроваджено і в формі перехресної оцінки індивідуальних проектів магістрантів безпосередньо самими здобувачами, тобто формуються навички взаємної відповідальності та взаємної поваги перед колегами (здобувачів перед здобувачами).

7. Зміст освітньої програми ураховує вимоги відповідного професійного стандарту (за наявності).

Професійний стандарт за спеціальністю "Маркетинг" відсутній .

8. Обсяг освітньої програми та окремих освітніх компонентів (у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи) реалістично відбиває фактичне навантаження здобувачів, є відповідним для досягнення цілей та програмних результатів навчання.

Відповідно до "Положення про організацію освітнього процесу у НаУКМА" навчальний час для самостійної роботи студентів становить не менше ніж 1/3 та не більше ніж 2/3 загального обсягу часу, передбачено для самостійної роботи з вивчення дисципліни. Загальний обсяг ОНП 120 кредитів, навантаження щосеместру становить по 30 кредитів, максимальне аудиторне навантаження - 18 академічних годин. Зведені дані по бюджету часу в НП дещо непропорційно розподілено між першим та другим курсом навчання. Зокрема, науково-дослідницька та педагогічна практики відбуваються паралельно з теоретичним навчанням здобувачів. Згідно розкладу занять на весняний семестр 2020-2021 н.р., оприлюдненому на вебсайті https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/30-rizne/231-rozklad-zaniat-na-vesnianyi-semestr-2020-2021-n-r/255-fakultet-ekonomichnykh-nauk/257-mahisterski-prohramy на другому курсі одночасно проходить науково-дослідна практика (перша половина дня) та аудиторний процес (для тих здобувачів, які "добирають" вибіркові дисципліни (це зазначили здобувачі під часспілкування з ЕГ), а також педагогічна практика (друга половина дня). Такий підхід, з урахуванням поточної самостійної роботи, виконання індивідуальних завдань проходження та підготовка звіту з практики дає підстави до висновку про дещо нерівномірний розподіл навантаження на здобувачів по окремим семестрам. Проте студентська фокус-група відмітила, що здобувачі не відчувають надмірного навантаження під час навчання. Існують певні неузгодженості щодо інформації в НП та силабусами, зокрема "Англійська мова" в НП передбачає 56 год, а в силабусі відповідної дисципліни - 28 годин. На виконання курсової роботи відведено 5 кр., враховуючи той факт, що ЕГ не мала можливості ретельного ознайомлення з критеріями оцінювання даної роботи (в систему Агентства таблиця 1 відомостей про самооцінювання завантажено доволи змістовний посібник з проведення маркетингових досліджень). Вважаємо, що було б корисним критичне переосмислення перерозподілу вказаних 5 кредитів по етапам виконання роботи, в т.ч. публікації (тез доповіді на конференції та/або наукової статті, про які розповідала шановна пані Гарантка під час спілкування з ЕГ).

9. У разі здійснення підготовки здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти структура освітньої програми та навчальний план узгоджені із завданнями та особливостями цієї форми здобуття освіти.

Наразі дуальну форма освіти за даною ОНП не здійснюється. Проте, в НаУКМА розроблено Положення "Про дуальну форму здобуття вищої освіти у НаУКМА" (Наказ №479 від 08.12.2020 р.). https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/63-dokumenty-iz-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu?start=5 до запровадження якої планується залучення і ОНП з "Маркетингу" (кафедра маркетингу та управління бізнесом проводить активні консультації та переговори з партнерами щодо запровадження дуальної форми освіти за цією ОНП найближчим часом).

Загальний аналіз щодо Критерію 2:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 2.

В НаУКМА створено достатнє, змістовне нормативне забезпечення освітнього процесу в цілому. ЕГ виокремлює в якості позитивного напряму розвитку розроблене Положення "Про дуальну форму здобуття вищої освіти у НаУКМА" (Наказ №479 від 08.12.2020 р.) до запровадження якої повною мірою планується залучення і ОНП з "Маркетингу". Залучення здобувачів другого освітнього рівня до аудиторного процесу зі здобувачами першого рівня (в межах педагогічної практики) є гарною практикою до формування командного духу та розуміння викладацької практики. Позитивним досвідом як для здобувачів, так і для викладачів є залучення студентів-магістрантів до викладання маркетингових дисциплін для здобувачів першого освітнього рівня в межах педагогічної практики.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 2.

Недоліки: ОНП потребує чіткості та посилення в змістовному наповненні наукової складової, вбудованої до структурно логічної схеми (результати спілкування зі здобувачами та академічним персоналом дають підстави визначити більш практично-професійний вектор програми ніж зазначений "освітньо-науковий"); критичний аналіз матриці відповідностей забезпечення компетентностей та ПРН ОНП, аналіз змістовного наповнення ОК, які було представлено на запит ЕГ напередодні візиту та завантажено до системи НАЗЯВО свідчить, про певну розпорошеність ПРН по ОК. В НП та ОНП присутні певні описки, зокрема магістерська робота зазначена як "дипломна". Є невідповідність погодинних описів дисциплін в силабусах з НП (28 замість 56, навіть якщо дисципліна викладається в двох семестрах по 28 годин, не представлено зміст дисципліни на наступний семестр "Англійська мова"). Проведення за фактом практичних та лабораторних занять по фаховим дисциплінам в НП визначається як "семінарські заняття". В силабусі з "курсової роботи не міститься інформації щодо тематики роботи та критеріїв її оцінювання. Відсутність переддипломної (виробничої) практики не спряє практичному опрацюванню матеріалу для виконання кваліфікаційної роботи. Рекомендації: чітко виокремити по ОК ПРН з відповідним

узгодженням їх в матриці (зокрема ОК “Англійська мова”, “Інтелектуальна власність”, “Соціальна відповідальність”); привести у відповідність кількість годин по ОК між силабусом та НП (“Англійська мова”); чітко визначити форми занять (семінарські чи практичні, відповідно до їх змісту); узгодити назви практик з їх змістовним наповненням; оновити Положення “Про практику студентів НаУКМА”, яке було затверджено у 2011 р. до вимог сьогодення; в НП доцільно розглянути можливість в блоці “1.Нормативні навчальні дисципліни та практика” ввести пункт “дисципліни загально-наукової (або гуманітарної) підготовки”, де навести відповідні ОК, які чітко забезпечують загальні компетентності (наприклад, Англійська мова, Інтелектуальна власність, тощо). Дещо збільшити вибір (“каталог/пул”) дисциплін для вибору з циклу “професійної та практичної підготовки” в напрямку компетентностей з цифрового маркетингу (які до речі, враховуючи побажання роботодавців, є затребуваними на ринку праці та цілком логічно мали б бути віднесені до нормативних дисциплін, адже формують фокус ОНП), використання непрямих продажів, маркетинг в соціальних мережах, актуалізації дистанційної форми праці сучасного маркетолога, тощо; змістовно наповнити силабус по курсовій роботі з наведенням тематики завдань, вимогами до виконання та чітким визначенням критеріїв їх оцінювання.

Рівень відповідності Критерію 2.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 2.

ОНП потребує чітко визначеної наукової складової, з конкретним її висвітленням та наповненням по ОК. Потребує критичного переосмислення матриця відповідності ОК та ПРН з метою чіткого узгодження ПРН з конкретними ОК та їх змістовним наповненням. ЕГ зазначає дещо неуважне ставлення до оформлення документів, у т.ч. ОНП та НП. Проте, зважаючи на загальний позитивний контент змісту якісного освітнього процесу в НаУКМА та безпосередньо на кафедрі маркетингу та управління бізнесом, представлені методи навчання (зокрема, виконання групових проектів, кейсів під час проведення практичних/семінарських занять) які потребують комплексного охоплення отриманих знань під час навчання, спілкування з усіма фокус-групами дозволили ЕГ побачити та відчути створену корпоративну атмосферу високих стандартів якості освітнього процесу, відповідальне ставлення до своєї роботи викладачів та їх бажання дослухатися до позитивних відгуків здобувачів. Представлені зауваження потребують більш уважного ставлення до оформлення документації та принципово не впливають на якість роботи за здобувачами.

Критерій 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання:

1. Правила прийому на навчання за освітньою програмою є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень та оприлюднені на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти.

Правила прийому на навчання за ОНП з “Маркетингу” другого освітнього рівня, оприлюднені на офіційному сайті ЗВО https://vstup.ukma.edu.ua/dlya-vstupnykiv-na-magisterski-programy/ в яких міститься покрокова інструкція: як подати заяву на участь у конкурсному відборі на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра; пояснено які саме документи та в якій спосіб необхідно надіслати для дистанційної реєстрації на єдиний вступний іспит з іноземної мови ЄВІ. Загальні правила прийому в НаУКМА разміщено за посиланням https://vstup.ukma.edu.ua/golovna/pravyla-pryjomu-naukma-v-2019-rotsi/ Крім основних положень, Правила прийому до НаУКМА містять: процедури організації та проведення конкурсного відбору для вступу (Р.VII), спеціальні умови участі в конкурсному відборі (Р.VIII), рейтингові списки вступників та рекомендації до зарахування (Р.IX); Додатки, зокрема, методику розрахунку конкурсного балу (Додаток 3). В такий спосіб, повністю забезпечується прозорість процесу прийому на навчання до НаУКМА взагалі, та за ОНП “Маркетинг” магістерського рівня, зокрема.

2. Правила прийому на навчання за освітньою програмою враховують особливості самої освітньої програми.

Вступники для здобуття ступеня магістра на основі ступеня бакалавра, магістра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста за всіма спеціальностями, зазначеними у додатку 1 до “Правил прийому на навчання до НаУКМА” https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Pravyla_pryjomu_2021_v3.pdf (Протокол № 22 від 24.12.2020р Вченої ради НаУКМА), подають заяви тільки в електронній формі, крім випадків, зазначених у п.2.1. Врахування особливостей ОНП відбувається через ключові етапи процедури прийому. На першому етапі відбувається “єдиний вступний іспит – форма вступного випробування з іноземної (англійської, або німецької, або французької, або іспанської) мови для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра на основі здобутого ступеня вищої освіти бакалавра, магістра (освітньо кваліфікаційного рівня спеціаліста), яка передбачає використання організаційно технологічних процесів здійснення зовнішнього незалежного оцінювання”. Другий етап - вступне фахове випробування, яке враховує специфіку маркетингової діяльності та базові навички абітурієнта з економіки. Програма вступного фахового випробування є ідентичною і в 2019 і в 2020 рр. вступної кампанії та містить три

блоки питань з “Маркетингу”, “Маркетингових досліджень”, “Логістиці” https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2020/08/075_mark_fah.pdf. Програма також містить критерії оцінювання вступного випробування. За підсумками вступних випробувань на офіційному вебсайті ЗВО оприлюднюються рейтингові списку та надається рекомендація до зарахування на навчання за кошти державного бюджету, або за кошти фізичних осіб. Правилами прийому передбачено можливість оскарження результатів вступних випробувань. Зокрема п.17 Р.VII визначає можливість подання апеляції - “апеляції на результати вступних випробувань, проведених НаУКМА, розглядає апеляційна комісія НаУКМА, склад та порядок роботи якої затверджується наказом президента НаУКМА. Апеляції на результати вступних випробувань приймаються на розгляд до 13:00 на наступний день після іспиту”. Під час спілкування зі здобувачами ЕГ пересвідчилась, що існує інформаційна та консультаційна підтримка приймальної комісії абітурієнтів під час підготовки до вступних випробувань, визначено зрозумілість та прозорість інформації щодо Правил прийому та всіх етапів роботи вступної кампанії.

3. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, зокрема під час академічної мобільності, що відповідають Конвенції про визнання кваліфікацій з вищої освіти в Європейському регіоні (Лісабон, 1997 р.), є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Нове “Положення про порядок участі у програмах міжнародної академічної мобільності здобувачів вищої освіти” https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/19-mizhnarodna-diialnist затверджено Наказом №289 від 10.09.2020р., яке визначає порядок відбору здобувачів вищої освіти для участі у програмах академічної мобільності (розділ 2); організаційне забезпечення даного процесу (розділ 3); порядок перебування у НаУКМА українських та іноземних здобувачів вищої освіти у межах програм мобільності (розділ 4); а також врегульовує порядок визнання результатів навчання за програмами академічної мобільності (розділ 5). Зокрема, у п. 5.4 даного документу зазначається, що НаУКМА без додаткової атестації визнає позитивні оцінки і кредити, отримані у ЗВО-партнері під час участі у програмах академічної мобільності, за умови їх внесення до Договору про академічну мобільність. Перезарахування відбувається, якщо зміст та обсяг дисциплін у ЗВО-партнері не менше ніж на 60% співпадає із відповідними параметрами дисциплін НаУКМА (п. 5.5). Наведені у даному Положенні правила та процедури є чіткими, не дискримінаційними та зрозумілими, що підтверджується практикою застосування даних норм. Спілкування зі здобувачами та представником відділу міжнародного співробітництва показало наявність практик академічної мобільності (в т.ч.в рамках програм ERASMUS+) на магістерському навчання (Університет Кадир Хас, Стамбул Туреччина: Глухенька Наталія 05.10.2020-30.01.2021рр.; Відземський університет прикладних наук, Валмієра Латвія Разумна Катерина 28.01.2020-27.06.2020 рр.; Пантеон Сорбонна, Париж Франція Мріх Ольга, Олійник Анна 21.01.2019 26.06.2019 рр.; Європейський університет Віадріна, Франкфурт (Одер) Німеччина Каневська Галина-Софія 01.10.2016-31.03.2017 рр. Специфічні умови навчання під час пандемії Covid-2019 та карантину не сприяли активізації мобільності студентів в поточному навчальному році. У межах проекту «Students’ Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia» (ERASMUS+) зараховані результати магістрів, які брали участь як підсумкову роботу за курс “Глобальна економіка” (Роксолана Фостик, Олексій Прашель).

4. Визначені чіткі та зрозумілі правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

При навчанні в магістратурі в НаУКМА визначено процедуру визнання авторитетних міжнародних мовних сертифікатів з англійської мови (FCE, CAE, TOEFL, IELTS) та відповідних сертифікатів з німецької, французької та іспанської мов, які підтверджують знання мов на рівні В2 та вище. Положенням про порядок участі в Програмах міжнародної академічної мобільності (див. підкритерій 3.4) визначено можливості перезарахування окремих дисциплін, які вивчалися в закордонних ЗВО. Здобувачі ОНП підтвердили обізнаність в питаннях та розуміють можливості та процедури щодо перезарахування певних ОК (зазвичай вибіркового блоку) за навчання в неформальній освіті. Фактів перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті під час запровадження ОНП з “Маркетингу” на другому освітньому рівні не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 3:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 3.

Загальні правила прийому на навчання є чіткими, зрозумілими, не містять дискримінаційних положень, висвітлені на офіційному сайті НаУКМА. Відсутні обмеження для вступу на навчання за даною ОНП. На сторінці Приймальної комісії розміщено змістовну інформацію щодо правил вступної кампанії на 2021-2022 н.р. з окремими вкладками щодо вступу на перший, другий, та третій освітній рівень. Тут також розміщено інформацію МОН України в зручний для абітурієнта наочній формі щодо “Новацій вступу 2021” https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/inov2021.pdf. Доволі широко та змістовно описані особливості вступу пільгових категорій абітурієнтів, в т.ч. осіб, переміщених з місць проведення АТО та АР Крим. Правила перезарахування певних ПРН за ОК (які отримано під час академічної мобільності, отримано в інших ЗВО та неформальній освіті) є прозорими,

зрозумілими для всіх учасників освітнього процесу та реально застосовуються на практиці (окрім неформальної освіти, всі інші перелічені складові перезарахування мали місце).

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 3.

Недоліки: відсутні, повна відповідність критерію. Рекомендації: з метою адаптації позитивних практик щодо визнання результатів навчання до вимог сьогодення, рекомендуємо більш чітко формалізувати процедури визнання навичок та результатів навчання отриманих у неформальній освіті, зокрема, проходження курсів на загальновизнаних та авторитетних онлайн платформах (Coursera, Prometheus і т.д.).

Рівень відповідності Критерію 3.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 3.

Критерій відповідає вимогам, проте інноваційних практик не визначено. Вимоги сьогодення потребують врахування можливостей перезарахування результатів навчання, отриманих в дистанційному форматі з чітким визначенням відповідних процедур.

Критерій 4. Навчання і викладання за освітньою програмою:

1. Форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи.

Згідно Положення “Про організацію освітнього процесу…” (2019р): https://bit.ly/3akGVUP основними видами навчальних занять є лекція; семінарське, практичне, лабораторне, індивідуальне заняття; консультація, офісна зустріч. Згідно НП 2020р. переважним аудиторним заняттям є семінари, на яких згідно вищезазначеного Положення “студенти готують тези виступів” (с. 10, п. 6.4). Семінарські заняття, згідно НП, передбачені для викладання, зокрема, дисциплін “Інноваційний маркетинг”, “Рекламний менеджмент”, “Стратегічний маркетинг”, “Бренд-менеджмент”, “Інноваційні технології в маркетингу” тощо. Логічно би було для таких дисциплін планувати практичні заняття. На ОК “Інноваційний маркетинг” студенти працюють у комп’ютерному класі та використовують ліцензовані програми Conjoint та Marketing Analytic. Під час резервної зустрічі зав.кафедри маркетингу та управління бізнесом продемонструвала зазначені програми, Програми є російськими продуктами, мають інтерфейс панелі керування та інструкцію користування російською мовою. Здобувачі повідомили, що в цілому задоволені методами навчання на ОНП в НаУКМА. Найбільш цікавими було відмічено обговорення кейсів; виконання командних проектів, гостьові лекції, які організовуються на постійній партнерській основі. Наприклад, згідно силабусу “Маркетинговий менеджмент” на всіх “семінарських” (а за фактом практичних) заняттях 100% застосовуються активні методи навчання, такі як ділові ігри, командні проекти “Бізнес-ідея” тощо. ЕГ опрацювала силабуси (табл. 1 Звіту про самоаналіз), зокрема, “Маркетинговий аудит” (теми 4-7) та “Стратегічний маркетинг” (теми 6-9) та визначила певні повтори питань. Наприклад, тема 6 ОК “Стратегічний маркетинг” та тема 3 ОК “Маркетинговий аудит” розглядається однакове питання - оцінка конкурентоспроможності товару (очевидно, що на бакалаврській програмі це питання також вивчалося здобувачами). У силабусі “Маркетинговий аудит” є питання: “місце товару в системі маркетингу” (с. 4); “ціна як інструмент маркетингової діяльності”. В ОК “Стратегічний маркетинг” - “товар та його рівні; класифікація товарів,. сутність життєвого циклу товару”. Ці питання є повтором курсу “Маркетинг”. В НаУКМА повною мірою забезпечено студентоцентрований підхід та академічна свобода через врахування побажань здобувачів у виборі тематики досліджень, підготовки індивідуальних завдань та проектів. Під час спілкування зі здобувачами визначено, що вони були ініціаторами зустрічі з конкретним фахівцем і викладачі університету знаходили можливість організувати таку зустріч. Під час резервної зустрічі ЕГ продемонстровано електронний індивідуальний план здобувача (система здійснює автоматичний розрахунок кредитів та надає інформацію, якщо їх не вистачає або здобувач їх “перебирає”).

2. Усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та програмних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів (у формі силабуса або в інший подібний спосіб).

Здобувачі мають вільний доступ до силабусів, які розміщені на платформі Dist.edu: https://distedu.ukma.edu.ua/. У силабусах наявна інформація щодо цілей, змісту та ПРН, порядку та критеріїв оцінювання, списку рекомендованої

літератури. На сторінці кафедри маркетингу та управління бізнесом розміщено анотації ОК: https://bit.ly/3b3FtoV. Гарантом було влаштовано віртуальний тур по корпоративній платформі університету, де розміщено інформаційні матеріали по ОК, доступ до яких мають виключно авторизовані користувачі, які записалися на відповідну дисципліну. За інформацією Гаранта екзамени проходять в формі on-line тестування, в умовах карантину, з автоматичним підрахунком підсумкового балу та перенесенням його до електронного журналу. Доступу до саміх тестів ЕГ не мала. ЕГ ознайомилася з результатами опитування здобувачів, яке проводить Центр забезпечення якості освіти НаУКМА: https://bit.ly/37dsEqO - на слайдах 11, 17, 26, 27 Звіту про результати опитування студентів та викладачів НаУКМА зазначено, що найбільше питань у здобувачів ВО виникає щодо системи оцінювання знань, 45 % студентів не мають чіткого розуміння як буде оцінюватися робота. Узагальнені підсумки таких опитувань оприлюднено та є у вільному доступі на сторінці Центру забезпечення якості.

3. Заклад вищої освіти забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньої програми відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей освітньої програми.

НаУКМА забезпечує поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОНП, що відображено у Звіті про наукову про наукову роботу кафедри маркетингу та управління бізнесом у 2019 р., 2020 р. (п. 10 Відповіді університету на запит ЕГ). Згідно Звіту, впродовж 2020 р. кафедрою маркетингу та управління бізнесом організовано і проведено 6 науково-практичних семінарів за участю практиків; спільно з іншими ЗВО 10 міжнародних науково-практичних конференцій. Опубліковано за участю студентів 24 статті та тез доповідей. У 2019 р. за участю магістрів опубліковано 13 статей, тез доповідей; 11 здобувачів за даною ОНП прийняли участь у студентських наукових конференціях і семінарах. Два здобувача ОНП "Маркетинг" (магістр) отримали стипендію імені Туган-Барановського: Кузнєцова Катерина, Мріх Ольга. НаУКМА має наукові рецензовані англомовні журнали Kyiv Mohyla Humanities Journal (індексовано в Web of Science) та Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal, до публікації в яких активно залучаються викладачі НаУКМА та безпосередньо кафедри маркетингу та управління бізнесом.

4. Педагогічні, науково-педагогічні, наукові працівники (далі – викладачі) оновлюють зміст освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі.

За підсумками опрацювання Відомостей про самооцінювання; спілкування з Гарантом, викладачами, ЕГ визначило, що ОНП 2020 р. передувала ОПП 2016 р. Гарант зазначила, що перелік ОК майже не змінився, проте, запевнила, що відбулося якісне оновлення змістовного наповнення ОК та відповідно силабусів. Під час зустрічі, викладачі зазначили, що силабуси оновлюються щорічно. ЕГ ознайомилася з силабусами (табл. 1 Відомостей про самооцінювання; п. 6 Відповіді на запит документів ЕГ). В певних силабусах залишилась не оновленою рекомендована література (наприклад, в ОК "Стратегічний маркетинг" перелік рекомендованої літератури припадає на період 2006-2012 рр. видання, в ОК "Інноваційні технології в маркетингу" - 2009-2016 рр. видання). В той же час, спілкування зі здобувачами визначило, що у бібліотеці достатньо нової фахової літератури. Як приклад навели книгу Йона Берґера "Заразливий. Психологія вірусного маркетингу", з якою працювали під час вивчення дисципліни "Інноваційний маркетинг".

5. Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності закладу вищої освіти.

Навчання, викладання і наукові дослідження НаУКМА пов'язані із визначеною інституційною політикою та стратегією інтернаціоналізації. В Університеті функціонує відділ міжнародного співробітництва. Згідно Стратегії розвитку НаУКМА (п. 7 розділу "Наука", розділ "Міжнародність"): https://bit.ly/3jTg99c. Університет створює умови для підготовки заявок та реалізації спільних міжнародних наукових проектів, долученню могилянців до міжнародних наукових програм; сприяє зростанню участі співробітників та здобувачів у програмах міжнародної академічної мобільності. В НаУКМА розроблено "Положення про порядок участі у програмах внутрішньої і міжнародної академічної мобільності здобувачів вищої освіти НаУКМА" (Наказ № 289 від 10.09.2020 р.): https://bit.ly/3u0NS5a. Під час спілкування ЕГ з адмінперсоналом, останніми зазначено, що участь студентів у грантах та міжнародних програмах відбувається за відкритим конкурсом. Зокрема, здобувачі вищої освіти ОНП "Маркетинг" Глуженька Н., Разумна К., Мріх О., Олійник А., Каневська Г. прийняли участь у програмах міжнародної мобільності в університетах Туреччини, Латвії, Франції, Німеччини.

Загальний аналіз щодо Критерію 4:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 4.

Здобувачі вищої освіти є повноцінними суб'єктами освітнього процесу. На аудиторних заняттях виконуються командні проекти, проводяться гостьові лекції, які організовуються на постійній партнерській основі, що сприяє досягненню заявлених в ОНП цілей та ПРН. Методи навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи. Здобувачі виступають ініціаторами зустрічі з

конкретним фахівцем і ЗВО знаходив можливість організувати такі зустрічі. НаУКМА надає для здобувачів та викладачів відкритий доступ до міжнародних науково-інформаційних ресурсів, інформує про міжнародні грантові програми. Інноваційною та позитивною практикою є запровадження електронного індивідуального плану здобувача. Бібліотека НаУКМА постійно оновлюється сучасною науковою та навчальною фаховою літературою.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 4.

Недоліки: при викладанні деяких ОК є повтори матеріалу; рекомендована в силабусах література потребує актуалізації; пул комп'ютерних спеціальних програм для виконання практичних маркетингових завдань потребує перегляду та впровадження сучасних цифрових інструментів; за розподілом кількості аудиторних годин ОК переважним є семінарське заняття, фактично – практичне; у силабусах у структурі дисципліни зазначаються семінарські заняття, а в тематичному плані – практичні; Рекомендації: розглянути можливість перерозподілу у навчальному плані годин з семінарських на практичні заняття; оновити силабуси ОК з метою уникнення повторів питань та актуалізувати список рекомендованих джерел; розглянути можливість запровадити у навчальний процес при викладанні професійних дисциплін сучасні інструменти веб-аналітики, онлайн панелі респондентів, BI-платформи тощо.

Рівень відповідності Критерію 4.

Рівень B

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 4.

Є інноваційні позитивні практики, сильні сторони і недоліки. З одного боку, НаУКМА є взірцем у використанні активних і нових технологій навчання, у повній мірі досягаються цілі та ПРН, є інноваційне рішення формування електронного індивідуального плану; здійснення відеозапису і розміщення на корпоративній платформі дистанційного навчання онлайн занять. З іншого боку, є недоліки, які можна оперативно усунути шляхом виключення повторів у ОК, актуалізації списку рекомендованої літератури тощо.

Критерій 5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність:

1. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти є чіткими, зрозумілими, дозволяють встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компоненту та/або освітньої програми в цілому, а також оприлюднюються заздалегідь.

Згідно Положення «Про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Києво-Могилянська академія» (2019): https://bit.ly/3akGVUP (розділ 7, с. 14) контрольними заходами є первинний, поточний та підсумковий (семестровий; атестація) контроль. Первинний контроль не є обов'язковим і може здійснюватися викладачем на початку вивчення ОК для оцінки рівня підготовки здобувача. Поточний і підсумковий контроль є обов'язковими. Результати поточного контролю по кожній ОК є на корпоративній платформі дистанційного навчання. Здобувач може вчасно дізнатися виключно свої бали за кожне виконане практичне/семінарське завдання. Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену або заліку. Згідно навчального плану за всіма обов'язковими ОК проводиться екзамен; за вибірковими ОК, практикою - залік; курсовою та кваліфікаційною роботами – захист тези. Умови формування та розрахунку навчального рейтингу здобувача оприлюднено заздалегідь на корпоративній платформі дистанційного навчання. У силабусі з ОК, з якими здобувач має можливість ознайомитися на початку навчання, наведено розподіл балів по відповідній компоненті. Наприклад, у силабусі з ОК "Стратегічний маркетинг" прописано, що робота здобувача протягом семестру оцінюється максимально у 60 балів, екзамен – 40 балів (с. 6). У силабусі з ОК "Інноваційні технології в маркетингу" зазначено, що робота на практичному занятті та обговорення кейсів оцінюється максимально у 60 балів, залік – 30 балів. Згідно Положення НаУКМА "Критерії оцінювання знань студентів" (2014р.) максимальна частка екзамену у рейтингу не повинна перевищувати 40%, заліку – 30% (с. 3, п. 7.4). Під час спілкування ЕГ зі здобувачами, отримано підтвердження інформації про те, що види їх робіт оцінюються за 100-бальною університетською шкалою, бали також перераховуються в національну та шкалу ECTS. Згідно Положення про ректорські контрольні роботи в НаУКМА (2013 р.) здійснюється перевірка якості залишкових знань. Рейтинги успішності студентів оприлюднено на офіційному вебсайті Університету: https://bit.ly/2ZhExHU.

2. Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності).

Атестація здобувачів вищої освіти в НаУКМА здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає вимогам Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 "Маркетинг" для другого (магістерського) рівня підготовки. Проте, є невідповідність технічного характеру (описки) у діючих документах: у навчальному плані зазначається магістерська робота; в ОНП – кваліфікаційна робота (с. 11), магістерська робота (с. 15 табл. 3).

3. Визначено чіткі і зрозумілі правила проведення контрольних заходів, що є доступними для усіх учасників освітнього процесу, забезпечують об'єктивність екзаменаторів, зокрема включають процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження, та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Умови нарахування балів за екзамен зазначаються у силабусах ОК. Наприклад, у силабусі "Маркетинговий аудит" прописано, що екзамен оцінюється за виконання письмового завдання – два теоретичних і одне практичне (максимально за 10-бальною шкалою за кожне виконане завдання). У силабусі з ОК "Рекламний менеджмент" зазначено, що на письмовому екзамені оцінюватиметься 2 відкритих питання, 2 задачі, 1 аналітичне завдання, розподіл балів за завданнями не вказано. ЕГ через електронну систему Національного агентства звернулася за запитом прикладів екзаменаційних білетів (п. 6 Запиту). У відповіді гарантом ОНП приклади екзаменаційних білетів не завантажено. ЕГ не може чітко встановити наявність/відсутність критеріїв оцінювання знань здобувачів (тестових завдань, ситуаційних задач) в екзаменаційному білеті ОК, по яким ЕГ зроблено запит та їх відповідність інформації, яка зазначена у силабусі. Під час спілкування з деканом факультету, ЕГ повідомлено, що, у разі виникнення конфлікту, здобувач може зі скаргою звернутися до декана. До вирішення конфлікту залучається представник студентського самоврядування. Згідно п 7.16 (с. 16) "Положення про організацію освітнього процесу НаУКМА": https://bit.ly/3akGVUP, регламентовано порядок повторного проходження контрольних заходів. Здобувачу дозволяється ліквідувати академзаборгованість до початку наступного семестру, за умови отримання не більше двох незадовільних оцінок. Допускається повторне складання екзаменів не більше двох разів за семестр. Повторне складанні екзаменів при другій спробі, передбачає створення комісії деканом факультету. Під час спілкування зі здобувачами, ЕГ переконалася у тому, що процедури запобігання та врегулювання конфлікту, порядок оскарження добре відомий студентам. Під час спілкування з викладачами з'ясовано, що для запобігання конфлікту інтересів та забезпечення об'єктивності екзаменаторів в екзаменаційний білет включаються комп'ютерні тестові завдання. Під час онлайн зустрічі ЕГ зі здобувачами, останніми не заявлено скарг щодо необ'єктивності викладачем оцінювання знань.

4. У закладі вищої освіти визначено чіткі та зрозумілі політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, що послідовно дотримуються всіма учасниками освітнього процесу під час реалізації освітньої програми. Заклад вищої освіти популяризує академічну доброчесність (насамперед через імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності.

Процедура дотримання академічної доброчесності у НаУКМА регламентується "Положенням про академічну доброчесність здобувачів освіти у НаУКМА" (2018 р.), де чітко визначено порядок виявлення та встановлення фактів порушення; притягнення до академічної відповідальності; оскарження рішень про встановлення порушень та притягнення до відповідальності: https://bit.ly/3qsRVVw. Здобувачі на першому курсі на декларативних засадах беруть на себе зобов'язання дотримуватися академічної доброчесності та підписують відповідну Декларацію. В разі вчинення порушення академічної доброчесності, здобувач відраховується з Університету. В НаУКМА функціонує Комітет з етики наукових досліджень, який здійснює контроль за дотриманням політик щодо запобігання плагіату, фальсифікації результатів наукових досліджень, іншого несанкціонованого використання чужої інтелектуальної власності. Як інструмент протидії порушення академічної доброчесності, при написанні курсової роботи, кваліфікаційної роботи, індивідуального проектного завдання використовується система Unicheck. Здобувачі мають змогу самостійно через корпоративну платформу дистанційного навчання Dist.edu перевірити власні роботи на рівень унікальності тексту (в НаУКМА мінімальна межа встановлена у 70%). Під час спілкування з випускниками і здобувачами, ЕГ поставила провокаційне запитання: "Наскільки викладачі лояльні на екзаменах і чи дозволяють списувати?". У відповіді випускники і здобувачі пояснили, що списування принижує студента Могилянки. В Університеті створено репозитарій eKMAIR, в якому розміщено курсові, кваліфікаційні та інші роботи здобувачів: https://bit.ly/3anpNh8.

Загальний аналіз щодо Критерію 5:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 5.

Критерії оцінювання знань здобувачів ВО прописані у сулабусі з ОК, є чіткими, зрозумілими і доступними для здобувачів ВО. В екзаменаційних білетах для забезпечення об'єктивності оцінки знань здобувачів ВО включено тестові завдання. Політика доброчесності в НаУКМА є корпоративною цінністю ЗВО, яку поділяють усі викладачі та студенти. Як інструмент протидії порушенням академічної доброчесності використовуються програма Unicheck. Репозитарій курсових та кваліфікаційних робіт здобувачів ВО є у вільному доступі. Є інноваційна позитивна

практика щодо розміщення на корпоративній платформі дистанційного навчання програма Unicheck для користування нею здобувачами ВО.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 5.

Недоліки: відсутні

Рівень відповідності Критерію 5.

Рівень А

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 5.

Відсутні недоліки. Є інноваційна позитивна практика щодо розміщення на корпоративній платформі дистанційного навчання програми Unicheck для користування нею здобувачами ВО. Підписання Декларації академічної доброчесності студента НаУКМА щодо дотримання вимог академічної доброчесності при вступі в НаУКМА є елементом загальної високої академічної культури Могилянської спільноти.

Критерій 6. Людські ресурси:

1. Академічна та/або професійна кваліфікація викладачів, задіяних до реалізації освітньої програми, забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання.

За результатами аналізу інформації про викладачів ОНП (табл. 2 відомостей про самооцінювання), спілкування з Гарантом, групою забезпечення ОНП, а також відкритої інформації про їх академічну та професійну кваліфікацію, розміщеної на сайті кафедри маркетингу та управління бізнесом (https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business/vykladachi), ЕГ мала можливість оцінити відповідність науково-педагогічних працівників цілям та ПРН. Гарант ОНП і викладачі групи забезпечення мають наукові ступені та звання, постійно підвищують науково-професійний рівень і кваліфікацію та мають достатню кількість наукових публікацій у відповідності до закріплених за ними ОК. Викладачі мають досвід викладацької і практичної роботи, маркетингового консультування та коучінгу, міжнародної співпраці і наукового стажування, є членами професійних та громадських об'єднань, мають авторські тренінгові програми, відмічені нагородами і престижними фаховими преміями. Аналіз відповідності викладачів в розрізі навчальних дисциплін свідчить про відповідність таких НПП: Ковшова І.О., Пічик К.В., Романченко Т.В., Чала Н.Д., Курило Л.І. Однак, публікації доцентів Гавриленко Т.В. (викладає дисципліну “Соціальна відповідальність”) та Іванової З.О. (викладає дисципліну “Стратегічний маркетинг”), мають слабку кореляцію із даними дисциплінами.

2. Процедури конкурсного добору викладачів є прозорими і дозволяють забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми.

Процедура конкурсного добору викладачів є прозорою і дозволяє обрати фахових викладачів у предметних галузях, про що свідчать відомості про самооцінювання, спілкування з групою забезпечення, зустріч адміністративним персоналом і відповідними структурними підрозділами. Оголошення про проведення конкурсу на заміщення вакантних посад розміщується у періодичному виданні “Освіта України” та на сайті НаУКМА у розділі “Публічна інформація”. Конкурсний добір регулюється Положенням “Про порядок обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників НаУКМА” (Наказ №147 від 20.04.2015 р.) https://bit.ly/3awhGPi. Зокрема, в означеному Положенні визначено умови проведення конкурсу, чіткі процедури, що дозволяють оцінити необхідний рівень професіоналізму викладачів. Однак, основна роль у даних процедурах належить кафедрі та факультету, тоді як роль Гаранта ОНП дещо нівельована.

3. Заклад вищої освіти залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу.

НаУКМА залучає до організації та реалізації освітнього процесу представників бізнесу і авторитетних роботодавців у різні способи: через обговорення і рецензування ОНП (Громадська спілка “Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив”, ТОВ “Лореаль Україна”, ТОВ “Поларис-С”); виступи на бізнес-форумах і науково-практичних

конференціях, які ініціює кафедра маркетингу та управління бізнесом (PR-агенція “Мейнстрім”, ТОВ “Ферреро Україна”, ТОВ “Альянс-Аналітик-Трейд”); участь у Днях кар’єри, керівництво практикою здобувачів вищої освіти та присутність на захисті кваліфікаційних робіт; залучення роботодавців для проведення гостьових лекцій (що було підтверджено на зустрічах з роботодавцями та здобувачами). Кафедра має плідну і тривалу історію співпраці з Міжнародною Асоціацією Маркетингових Ініціатив (MAMI) — офіційною галузевою організацією маркетингових сервісів, що об’єднує біля 50 агентств та компаній, на базі яких здійснюють стажування науково-педагогічні працівники і здобувачі вищої освіти (підтверджено на зустрічах з групою забезпечення та адміністративним персоналом, роботодавці продемонстрували активну зацікавленість у працевлаштуванні найкращих випускників).

4. Заклад вищої освіти залучає до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців.

У відомостях про самооцінювання зазначено і на онлайн-зустрічі з роботодавцями підтверджено, що в межах ОНП залучаються до аудиторних занять професіонали-практики, експерти-маркетологи, рекламні фахівці, які у співпраці з MAMI в рамках дисциплін професійного спрямування презентують перевірені досвідом знання та креативні напрацювання через гостьові лекції та кейси. http://mami.org.ua/ru/news/mami-news/Perednovorichnij-vipusk-MAMI-ta-Mogiljanki--vitajmo-majbutnih-koleg. Так, восени 2020 р. були проведені гостьові лекції: Іриною Соловей (президенткою Garage Gang, учасницею програми міського розвитку “Код Міста”) “Капітали креативного потенціалу міста”; Альоною Джагарян (бренд-менеджеркою компанії L’Oréal Paris) “Аналіз та управління портфелем бренду”; Євгеном Кобець (Country Manager Caucasus & Central Asia at Molson Coors Beverage Company) “Where does the line between Sales & Marketing head on”; Катериною Ільченко (засновницею агенції Neuro-knowledge) “Нейро Маркетингова модель прийняття рішень”. Відео-лекції завантажено на платформу Dist.edu, однак ЕГ не мала змоги перевірити достовірність даної інформації у зв'язку з відмовою у гостьовому паролі.

5. Заклад вищої освіти сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми або у співпраці з іншими організаціями.

Процес стимулювання професійного розвитку ПВС регламентується “Концепцією професійного розвитку науково-педагогічних працівників НаУКМА” (Наказ № 298 від 06.07.2018 р.); Положенням “Про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників НаУКМА” (Наказ № 532 від 30.12.2020р.); Положенням “Про атестацію педагогічних працівників НаУКМА” (Наказ № 138 від 26.03.2018 р.); Положенням про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності науково-педагогічних працівників НаУКМА (Наказ № 297 від 06.07.2018 р.). З цією метою регулярно проводяться заходи з професійного розвитку викладачів, зокрема, це Школа професійного розвитку викладачів НаУКМА, Профі+, періодичні конференції, тренінги, семінари щодо забезпечення якості навчання. У НаУКМА затверджено “Програму підвищення кваліфікації 2020”. Також здійснюється регулярне стажування викладачів на профільних підприємствах-партнерах.

6. Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності.

У Відомостях про самооцінювання зазначено, що стимулювання розвитку викладацької майстерності регламентується Положенням “Про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності науково-педагогічних працівників НаУКМА (Наказ № 297 від 06.07.2018р.) https://bit.ly/2NggEhq. За результатами рейтингування використовуються такі види стимулювання: нагородження; преміювання; оплата закордонних відряджень і стажувань, а також оплата статей у міжнародних наукометричних виданнях. Так, в номінації “Викладач року” переможцями стали Россоха В.В., Пічик К.В., Ковшова І.О., Воропай О.К., Гриджук І.А.; були премійовані за публікації у міжнародних виданнях Сидоренко О.В., Пічик К.В., Чала Н.Д., Ковшова І.О., Воропай О.К. https://www.slideshare.net/naukmalibrary/ss-60685207/; оплачені програми міжнародної мобільності до університетів Європи для Іванової З.О., Гуменної О.В., Ковшової І.О.; відправлені у міжнародні відрядження Россоха В.В., Гуменна О.В., Сидоренко О.В., Пічик К.В. за сприяння Фонду “Повір у себе”. Також, в “Положенні про гаранта освітньої/освітньо-наукової програми в НаУКМА” (Наказ № 534 від 30.12. 2020 р.) в якості стимулювання визначено зменшення педагогічного навантаження гаранту на 100 годин у рік проведення акредитації та 50 годин в інший час виконання функцій гаранта.

Загальний аналіз щодо Критерію 6:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 6.

Стажування викладачів відбувається на постійній основі при наявності офіційних угод про співробітництво. Стала практика довголітньої співпраці з MAMI, представниками авторитетних бізнесів. Регулярне підвищення кваліфікації ПВС. Наявна практика участі викладачів у міжнародних програмах, в т.ч. науково-педагогічне стажування. Достатній рівень наукової активності ПВС.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 6.

Недоліки: публікації доцентів Гавриленко Т.В. (викладає дисципліну "Соціальна відповідальність") та Іванової З.О. (викладає дисципліну "Стратегічний маркетинг"), мають слабку кореляцію із дисциплінами, які вони викладають в межах даної ОНП. Роль Гаранта ОНП дещо нівельована при конкурсному доборі викладачів. Неможливість перевірити задекларовану наявність лекцій професіоналів-практиків на платформі Dist.edu у зв'язку з відмовою у гостьовому паролі. Рекомендації: розглянути можливість безпосередньої участі Гаранта у роботі конкурсної комісії на заміщення вакантних посад для викладачів, які залучені до викладання на даній ОНП; при формуванні плану наукової роботи випускової кафедри врахувати тематику публікацій у відповідності "освітня компонента-викладач".

Рівень відповідності Критерію 6.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 6.

Посилити кореляцію тематики наукових публікацій НПП з конкретними дисциплінами, що викладаються в межах даної ОНП. Запропонувати механізм впливу і врахування думок Гаранта ОНП при конкурсному доборі викладачів.

Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси:

1. Фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення освітньої програми забезпечують досягнення визначених освітньою програмою цілей та програмних результатів навчання.

Оцінювання достатності ресурсного забезпечення ОНП підготовки магістрів спеціальності 075 "Маркетинг" ЕГ здійснювалося шляхом використання відеозв'язку з Гарантом, ознайомленням з презентацію матеріально-технічного забезпечення ОНП в контексті цілей та ПРН, презентовану магістрами 2-го року навчання та переогляду віртуального туру по НаУКМА. На основі представленої інформації в презентаціях та Відомостях про самооцінювання ЕГ вдалось пересвідчитись, що забезпечення ОНП здійснюється у шостому корпусі, який містить спеціалізовані аудиторії для проведення лекційних та семінарських занять, комп'ютерний клас на 18 місць, лінгафонний кабінет, конференц-залу із обладнанням для дистанційного навчання та комунікації, відкритий навчальний простір для спілкування і групової роботи, місця для індивідуальної роботи. Зазначено, що у позакарантинний період студенти можуть користуватися приміщеннями та аудиторіями інших навчальних корпусів НаУКМА, Наукової бібліотеки НаУКМА, Американської бібліотеки ім. В. Китастого НаУКМА, Бібліотеки Антоновичів, Інтернет-залою. Фінансові та матеріально-технічні ресурси, в цілому, дозволяють забезпечити освітній процес за ОНП, стан приміщень відповідає діючим Ліцензійним умовам. Навчально-методичне забезпечення наявне у доступі на сайті https://distedu.ukma.edu.ua, де здобувачі мають змогу ним користуватися, зайшовши на платформу під особистим паролем (підтверджено на онлайн-зустрічі зі здобувачами), однак, ЕГ не мала змоги пересвідчитися у достовірності наданої інформації у зв'язку з відмовою у гостьовому паролі. Як зазначено в критерії 4, Гарантом було влаштовано віртуальний тур на прикладі ОК "Стратегічний маркетинг", де вона ознайомила ЕГ зі складовими методичного забезпечення даної ОК. Проте, під час обмеженої у часі Zoom-зустрічі, дивлячись з екрану, неможливо повною мірою оцінити змістовне наповнення методичного забезпечення ОК. Здобувачі отримують доступ до пакетів MSOffice 365; онлайн-бібліотеки університету, спеціалізованих он-лайн платформ Serpstat, Google Analytic, ARIS Cloud, Creately, Canva; ліцензованих програм Marketing Analytic і програмних продуктів компаній "Інталєв: Навігатор", "Проком", "Парус". Потреба студентів у гуртожитках забезпечує усіх бажаючих. Протягом робочого дня студенти мають можливість звертатися до медичної частини (корпус 1), де лікар-терапевт і медсестра нададуть невідкладну та кваліфіковану лікарську допомогу і до Центру соціально-психологічної адаптації, де можна безкоштовно отримати консультацію штатного психолога https://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/cmhpss/pro-nas. На даний момент навчання проводиться онлайн з використанням дистанційної освітньої платформи НаУКМА dist.edu., електронної пошти та Zoom-середовища, що було підтверджено на зустрічах 1, 2, 3, 4, 6, 7 (ЕГ мала можливість "зайти" на он-лайн лекції під час роботи в ЗВО).

2. Заклад вищої освіти забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми.

Користування науково-педагогічними працівниками та здобувачами інфраструктурою НаУКМА здійснюється на безоплатній основі. За результатами інтерв'ювання було встановлено, що доступ викладачів та здобувачів вищої

освіти до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОНП, є безкоштовним, а в навчальних корпусах, бібліотеці та гуртожитку забезпечено вільний доступ до мережі Інтернет, що підтверджено на зустрічі 2,3 із групою забезпечення та здобувачами ВО та зустрічі 4 з представниками студентського самоврядування (день 1).

3. Освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою, та дозволяє задовольнити їхні потреби та інтереси.

НаУКМА є сучасною платформою навчально-дослідної діяльності, зі сталою корпоративною культурою і цінностями, які передбачають студентоцентрованість у навчанні та зручних умов для створення індивідуальної траєкторії. Психологічний клімат сприяє набуттю студентами фахової зрілості, спроможності до творчої ініціативи, самостійних досліджень, амбітних лідерських навичок і досвіду комунікації. ЕГ вважає освітнє середовище НаУКМА безпечним для життя та здоров'я і таким, що дозволяє здобувачам за даною ОНП задовольнити їхні потреби та інтереси. Зустрічі зі здобувачами (зустріч 3, день 1) та представниками студентського самоврядування (зустріч 4, день 1) засвідчили достатній рівень задоволеності студентів освітнім середовищем НаУКМА. Здобувачі і випускники ОНП закцентували увагу на довірчих і партнерських взаємовідносинах із викладачами і можливостях різноманітної позаосвітньої діяльності та соціальної активності. У вільному доступі для здобувачів є Культурно-мистецький центр (КМЦ) для саморозвитку, спілкування і групової роботи https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/kulturno-mistetski-tsentr ; Науково-дослідний центр кінематографічних студій; Центр дослідження конфліктів та психоаналізу ; Дебатний клуб НаУКМА, Еко-клуб "Зелена хвиля", Музичний простір "Кут", Радіо "Квіт", Туристичний клуб "Стрім", та "Могилянка", Могилянська театральна спільнота https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/spilnoti/students-life/studentski-orhanizatsii.

4. Заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою.

Освітня підтримка здобувачів в контексті питань, що стосуються організації навчання, викладання і соціальної підтримки, реалізується через викладачів кафедри маркетингу та управління бізнесом, співробітників деканату та сервісні структурні підрозділи. На зустрічах 1-2, день 1 та зустрічах 6-7 день 2 було уточнено наявні інструменти та механізми інформаційної підтримки здобувачів вищої освіти за даною ОНП, яка здійснюється на платформі дистанційного навчання НаУКМА Dist.edu., Zoom, через розсилку повідомлень на персональні корпоративні скриньки (корпоративна пошта Office 365), підтримку і допомогу у пошуку та аналізі інформації від Наукової бібліотеки НаУКМА https://library.ukma.edu.ua/index.php?id=41. ЕГ з'ясовано, що консультування студентів проводиться: викладачами і співробітниками НаУКМА за графіком консультацій; відділом міжнародного співробітництва НаУКМА https://dfc.ukma.edu.ua/, Центром кар'єри та працевлаштування студентів та випускників НаУКМА https://jcc.ukma.edu.ua/, відділом по роботі з випускниками НаУКМА https://alumni.ukma.edu.ua/, співробітниками Культурно-мистецького центру. Здобувачі вищої освіти мають можливість реалізувати право на участь у програмах академічної мобільності, здійснювати навчання за індивідуальним планом. За свідченнями фокус-груп (зустрічі 3,4, день 1) 3 рази на рік на регулярній основі здійснюється анонімне опитування студентів щодо якості навчання. Соціальна підтримка здобувачів вищої освіти реалізована в університеті і регулюється "Порядком використання коштів, передбачених для надання матеріальної допомоги та заохочення студентам і аспірантам НаУКМА" (Наказ № 36 від 30.01.2017 р.). Здобувачі мають право отримати матеріальну допомогу на підставі підтверджувальних документів, а також скористатися допомогою кредитної спілки "Поміч" https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/spilnoti/spilka. На особливу увагу як позитивний досвід заслуговує організація студентських "кураторів" Бадді НаУКМА. В цілому, НаУКМА забезпечує належну освітню, організаційну, інформаційну, психологічну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти за ОНП "Маркетинг".

5. Заклад вищої освіти створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами, що навчаються за освітньою програмою.

З метою реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами в НаУКМА розроблені відповідні заходи: затверджено Порядок супроводу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення та призначена відповідальна особа; встановлені зовнішні пандуси і поручні біля входу; на період роботи приймальної комісії будівля обладнується мобільним пандусом. У Відомостях про самооцінювання відмічено, що проведено попереднє обстеження навчальних корпусу 6 для безперешкодного доступу до будівлі осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення, також йдуть перемовини з керівництвом ПАТ "КиївЗНДІЕП" щодо кошторису вартості робіт та підписано договір з "Експертно-діагностичним центром" на експлуатаційне обстеження ліфтів. Однак, ЕГ констатує факт, що на теперішній час особи з особливими освітніми потребами можуть займатися тільки в аудиторіях першого поверху і спеціальний санітарний вузол в корпусі 6 відсутній.

6. Існує чітка і зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), яка є доступною для усіх учасників освітнього процесу та послідовно дотримується під час реалізації освітньої програми.

В НаУКМА попередження та врегулювання конфліктних ситуацій пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією базуються на дотриманні загальнонаціональних нормативних актів та внутрішніх документів, а саме: Кодексі етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020р.) та Положенні "Політика попередження і боротьби з сексуальними домаганнями у НаУКМА" (Наказ №575 від 28.12.2018р.). Окрім сексуальних домагань, Положенням заборонено дискримінаційні висловлювання, що містять образливі, принижуючі твердження щодо осіб на підставі статі, зовнішності, одягу, сексуальної орієнтації тощо. У відповідності з означеними документами, в НаУКМА сформовано Комітет із попередження і боротьби із сексуальними домаганнями. Процедура вирішення конфліктних ситуацій є достатньо формалізован ою і наперед визначеною у врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із корупцією і регламентована у "Положенні про академічну доброчесність здобувачів освіти в НаУКМА" (Наказ №112 від 07.03.2018р.). Відповідно до Положення, вчинення хабарництва тягне за собою відрахування з НаУКМА і про факт зловживання повідомляється Національна поліція України, також студенти можуть звертатися до Апеляційної комісії з питань академічної доброчесності НаУКМА. Під час зустрічі з ЕГ здобувачі (зустріч 3, день 1) та представники студентського самоврядування (зустріч 4, день 1) висловили високий ступінь довіри викладачам та керівництву НаУКМА і стверджували, що випадків, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією чи корупцією у них не було.

Загальний аналіз щодо Критерію 7:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 7.

Наявних матеріально-технічних ресурсів та навчально-методичного забезпечення є достатнім для професійного, фізичного, соціального та духовного розвитку здобувачів вищої освіти за даною ОНП. Доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів закладу вищої освіти для учасників навчального процесу є вільним та безкоштовним. Освітнє середовище в закладі вищої освіти є безпечним для освітньої діяльності та позааудиторного життя здобувачів. Сформовано сприятливий морально-психологічний клімат та умови для навчання за ОНП.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 7.

Недоліки: неможливість оцінити ЕГ повноту і якість навчально-методичного забезпечення у зв'язку з відмовою у гостьовому паролі; освітнє середовище в межах даної ОНП не в повній мірі дозволяє враховувати інтереси здобувачів ВО із особливими потребами. Рекомендації: передбачити можливість гостьових доступів до навчально-методичного забезпечення (принаймні для ЕГ, які здійснюють акредитацію ОП/ОНП в НаУКМА). Розуміючи історичні особливості будівлі, де знаходиться кафедра маркетингу та управління бізнесом ЕГ рекомендує облаштування освітнього простору та санітарної кімнати для здобувачів ВО із особливими потребами на першому поверсі.

Рівень відповідності Критерію 7.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 7.

Розглянути можливість застосування наданих ЕГ рекомендації в контексті створення умов для здобувачів, які мають особливі освітні потреби.

Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми:

1. Заклад вищої освіти послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми.

Процедура розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОНП здійснюється згідно Концепції внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання (2018 р.); Концепції забезпечення якості освіти в НаУКМА (2016 р.); Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА (2018 р.); Положення про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності

науково-педагогічних працівників НаУКМА (2018 р.): https://bit.ly/2LVWybH. Згідно Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА відповідальність за забезпечення якості навчання покладено на керівників НаУКМА, його підрозділів, студентське самоврядування. Згідно Положенню питання, пов'язане з переглядом ОНП розглядається на засіданні кафедри із запрошенням здобувачів, працедавців та випускників, з урахуванням результатів опитування здобувачів. Потім проект ОНП розглядається Вченою радою факультету та схвалюється Вченою радою НаУКМА. Згідно Відомостей про самооцінювання, моніторинг, обговорення та перегляд ОНП відбувається "не менше ніж раз на рік". У Відомостях про самооцінювання (с. 22) зазначено, що під час перегляду ОНП у 2020 р. "було відкориговано окремі компетентності та програмні результати навчання". ЕГ надіслала запит через електронну систему до Гаранта з проханням надати ОП/ОНП 2016, 2019 років набору та Проект ОНП на 2021 рік набору (за наявності). Порівняння зазначених документів в частині опису компетентностей та ПРН дозволяє ЕГ стверджувати, що в освітній програмі 2016р., освітньо-науковій програмі 2020р., проекті 2021р. заявлених редагувань компетентностей та ПРН не відбулося. Крім того, ОП Маркетинг 2016 р. повністю копіює компетентності та ПРН Стандарту вищої освіти "Маркетинг" магістр, включає ПРН для освітньо-наукових програм: https://bit.ly/2NG5brC (стандарт затверджений 10.07.2019р.).

2. Здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери. Позиція здобувачів вищої освіти береться до уваги під час перегляду освітньої програми.

Під час зустрічі зі здобувачами ОНП "Маркетинг", ЕГ отримано інформацію про те, що до процесу періодичного перегляду залучаються здобувачі вищої освіти. За результатами спілкування з Гарантом ОНП ЕГ повідомлено, що здобувачам ВО під час навчання не вистачає аналітичної роботи, роботи з базами даних, використання професійних сучасних цифрових інструментів (Відео "Зустріч з Гарантом_частина 1", час: 9:25:20). Обговорення саме цих пропозицій здобувачів ВО у протоколах засідання кафедри маркетингу та управління бізнесом не зазначено. Однак, під час зустрічі зі здобувачами ВО, ЕГ отримала підтвердження інформації про участь в обговоренні ОНП на засідання кафедри. Під час зустріч, здобувачі повідомили, що за результатами їх опитування щодо рівня задоволення методами навчання, яке проводить Центр якості освіти НаУКМА, відчувається, що викладачі враховують їх пропозиції. Активною є діяльність Студентської колегії, до якої належать: виборні представники в органах управління НаУКМА (Вчена рада НаУКМА, ради факультетів, стипендіальна комісія); комісія з питань організації та проведення виборів до органів студентського самоврядування НаУКМА; контрольно-ревізійна комісія; ради гуртожитків НаУКМА; старости потоків; бадді. Під час зустрічі ЕГ із представниками Студентської колегії, останніми повідомлено що вони мають бюджет самоврядування. В НаУКМА функціонують студентські гуртки: https://bit.ly/3pqvG15.

3. Роботодавці безпосередньо та/або через свої об'єднання залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери.

Наявність зворотного зв'язку в ЗВО з зовнішніми стейкхолдерами в питаннях перегляду ОНП полягає у їх залученні до проведення гостьових лекцій, науково-практичних семінарів (на с. 23 Відомостей про самооцінювання ОНП наведено теми та дати подій). Роботодавці запрошуються на засідання кафедри маркетингу та управління бізнесом для обговорення питань розвитку ОНП, активно приймають здобувачів на стажування та керування практикою. Під час спілкування з Гарантом ОНП, ЕГ отримала інформацію, що завдяки таким пропозиціям працедавців як необхідність включення у навчальний процес розгляду питань SMM-стратегій та технологій роботи з блогерами, викладачами кафедри враховано в ОК "Рекламний менеджмент", "Стратегічний маркетинг". ЕГ, через електронну систему Нацагентства, запитала Протоколи засідання кафедри, що підтверджують факт розгляду пропозиції щодо оновлення ОНП (п. 3 Запиту). Гарантом завантажено протоколи засідання кафедри за період 26.06.2020р.-17.12.2020р. У протоколі № 7 від 26.06.2020 р. одним з питань Порядку денного розглядалося обговорення пропозицій щодо оновлення ОНП. У протоколі серед присутніх на засіданні кафедри зазначено прізвища та посади стейкхолдерів – представників бізнесу. Однак, у протоколі не вказано які саме пропозиції обговорювалися. ОНП оприлюднена на сайті НаУКМА: https://bit.ly/2ZtQSZv.

4. Існує практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників освітньої програми.

У 2004 р. заснована Громадська організація "Асоціація випускників Києво-Могилянської Академії": https://kmaalumni.com.ua. Асоціація активно співпрацює з НаУКМА. Наприклад, спільно проводяться опитування (описано у п. 5 критерію 8 Звіту ЕГ) і напрацьовуються шляхи розвитку Університету. Асоціацією здійснюються проекти доброчинного аукціону для допомоги здобувачам, викладачам та працівникам Університету: http://kmaalumni.org.ua/blog/page/3/; призначається додаткова стипендія талановитим здобувачам; надаються гранти викладачам; фінансуються події могилянської спільноти тощо. В НаУКМА з 1994 р. функціонує Центр кар'єри та працевлаштування, який збирає та аналізує інформацію про кар'єрний шлях випускників. Випускники НаУКМА є активними учасниками всеукраїнських проектів, таких як Громадянська платформа "Нова країна", Е-Демократія, Громадський бюджет Києва, Благодійний фонд "Таблеточки", Волонтерське об'єднання "Кожен може допомогти" та інші. Під час спілкування з ЕГ, випускники висловили побажання, що у майбутньому були б

зацікавленими, якщо б кафедра маркетингу та управління бізнесом в рамках навчання впродовж життя організовувала для випускників короткострокові програми підвищення кваліфікації.

5. Система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі та/або освітній діяльності з реалізації освітньої програми.

З 2016 р. в НаУКМА функціонує Центр забезпечення якості освіти. Узагальнені результати опитування, які проводилися у 2020р. оприлюднено на сторінці Центру: https://bit.ly/3u4vTL5. ЕГ звернула увагу на опитування викладачів та працівників, які проводилися Університетом спільно з Київським міжнародним інститутом соціології та Асоціацією випускників НаУКМА з метою визначення сучасних викликів та перспектив розвитку НаУКМА: https://bit.ly/3s6h213. За результатами опитування 50% викладачів зазначили, що Університет не розвивається і накопичилося багато проблем. Найбільше викладачі не задоволені непрозорою системою і низьким рівнем оплати, матеріально-технічною базою Університету. За результатами опитування, було розроблено напрями подолання проблем та прийнято рішення надалі регулярно проводити аналогічні опитування. На думку ЕГ, такі спільні дослідження підтверджують те, що Університет зацікавлений в об'єктивній оцінці та вирішенні реальних проблем.

6. Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти (зокрема, зауваження та пропозиції, сформульовані під час попередніх акредитацій), беруться до уваги під час перегляду освітньої програми.

Акредитація ОНП "Маркетинг" магістра (другого рівня вищої освіти) є первинною.

7. В академічній спільноті закладу вищої освіти сформована культура якості, яка сприяє постійному розвитку освітньої програми та освітньої діяльності за цією програмою.

НаУКМА є спільнотою, яка формує високоосвічену особистість, активно впливає на майбутнє українського суспільства і держави, що визначається місією Університету: https://bit.ly/37nL5ZX. Академічна спільнота Університету поділяє спільні цінності, що було продемонстровано різними фокус-групами у процесі спілкування з ними. Здобувачі вищої освіти відчувають, що результати їх опитування щодо рівня задоволення методами навчання враховуються викладачами, що сприяє розвитку ОНП. Взаємодія з працедавцями носить серйозний та постійний характер.

Загальний аналіз щодо Критерію 8:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 8.

В Університеті наявні процедури, які регламентують організацію навчального процесу; сформована висока культура академічної доброчесності. За результатами опитування Центром якості освіти, здобувачі задоволені методами навчання і відчувають, що викладачі враховують їх пропозиції. Ректоратом підтримується діяльність Студентської колегії. Активною є діяльність Громадської організації "Асоціація випускників Києво-Могилянської Академії", яка фінансує соціальні проекти Академії, призначає додаткові стипендії талановитим здобувачам. Сильною стороною є залучення Асоціації випускників до організації та проведення опитування працівників Університету.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 8.

Недоліки: відсутні, є певні неузгодженості в документах. У Відомостях про самооцінювання (с. 22) зазначено, що під час перегляду ОНП у 2020р. "було відредаговано окремі компетентності та ПРН". Фактично - в ОП/ОНП 2016, 2019, проекті ОНП 2021 заявлених редагувань компетентностей та ПРН не відбулося. У протоколах засідання кафедри маркетингу та управління бізнесом прізвища присутніх здобувачів вищої освіти, які приймали участь в обговоренні ОНП не зазначено. Однак, фактично здобувачі ВО приймали участь у засіданні кафедри. У представлених протоколах не заначено які саме пропозиції стейкхолдерів обговорювалися. Рекомендації: документально оформлювати обговорення конкретних пропозицій стейкхолдерів.

Рівень відповідності Критерію 8.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 8.

Загалом внутрішнє забезпечення якості ОНП, наявні методи і підходи до організації взаємодії з роботодавцями та іншими стейкхолдерами дозволяють досягти зазначених цілей і ПРН. Суттєвих недоліків за Критерієм 8 не виявлено.

Критерій 9. Прозорість та публічність:

1. Визначені чіткі і зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, є доступними для них та послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Процедури, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу визначаються нормативними документами НаУКМА та оприлюднені на офіційному сайті у розділі нормативні документи: https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/public-info Основними з них є: Статут; Правила внутрішнього розпорядку; Стратегія розвитку ЗВО https://www.ukma.edu.ua/index.php/aboutus/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/14-stratehiia-rozvytkunaukma-na-2015-2025-r-r; документи з організації освітнього процесу https://www.ukma.edu.ua/index.php/aboutus/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/63-dokumenty-izorhanizatsii-osvitnoho-protsesu; система забезпечення якості освітньої діяльності https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/quality-edu; правила прийому до НаУКМА https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumentynaukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/25-pravyla-pryiomu-do-naukma; документи щодо фінансово-економічної діяльності https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumentynaukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/23-finansovo-ekonomichna-diialnist-tapolozhennia-poriadky-pro-platni-posluhy та ін. Під час онлайн-зустрічей зі здобувачами даної ОНП отримано підтвердження щодо доступності інформації необхідної для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти, а також детального інформування, зокрема через сайт ЗВО, про можливості для їх професійного розвитку. Також під час даної онлайн-зустрічі отримано інформацію прозорої процедури ознайомлення здобувачів з Силабусами ОК та методичним забезпеченням відповідних дисциплін, З іншого боку, професорсько-викладацький склад має можливість отримувати інформацію щодо програм професійного розвитку, можливостей міжнародної співпраці та участі в проектах різного рівня.

2. Заклад вищої освіти не пізніше ніж за місяць до затвердження освітньої програми або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті відповідний проект з метою отримання зауважень та пропозиції заінтересованих сторін.

Проект ОНП було викладено на сторінці кафедри маркетингу та управління бізнесом https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business https://www.ukma.edu.ua/dmdocuments/onp_marketing.pdf . Тут же розміщено "поле" для того, щоб отримати відгуки та побажання від всіх зацікавлених осіб. Проте, зворотного зв'язку щодо врахування/відхилення отриманих пропозицій безпосередньо на вебсайті не простежується. При спілкуванні з роботодавцями було зазначено, що вони мають можливість листування з Гарантом ОНП через корпоративну адресу. Відповідно до "Методичних рекомендацій з розроблення освітніх/освітньо-наукових програм І-ІІІ рівнів вищої освіти в Національному університеті "Києво-Могилянська Академія", введених в дію Наказом №457 від 01.12.2020р. п.1.8 чітко визначено, що періодична…але не менше ніж раз на рік проводиться моніторинг та періодичний перегляд ОП/ОНП. Результати моніторингу публікуються на вебсайті НаУКМА.

3. Заклад вищої освіти своєчасно оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті точну та достовірну інформацію про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

НаУКМА оприлюднює на офіційному сайті інформацію про зміст ОНП https://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/2011-04-05-15-42-31/255-magister/mp-marketing/233-onp-marketing Зокрема, на веб-ресурсах ЗВО опубліковано: 1) опис ОНП, який відображає ключові її складові; 2) навчальний план; 3) анотації та силабуси нормативних дисциплін; 4) анотації та опис вибіркових дисциплін (зміст дисциплін та процедура вибору визначені "Порядком проведення запису на вибіркові дисципліни за допомогою системи автоматизованого запису", Наказ №109 від 07.03.2018 р. https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/570-poriadok-zapysu-studentiv-na-vybirkovi-dystsypliny-za-dopomohoiu-systemy-avtomatyzovanoho-zapysu). Каталог вибіркових дисциплін розміщено на платформі https://distedu.ukma.edu.ua та на сайті університету, зокрема

https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business/annotatsii-kursiv Загальні анотації всіх крсів представлено на сторінці кафедри на офіційному вебсайті https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business/annotatsii-kursiv Доступність анотацій та описів вибіркових дисциплін, на етапі їх вибору, підтверджена здобувачами під час онлайн-зустрічей. Також додатково ЗВО оприлюднено відомості про самооцінювання щодо запровадження ОНП https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-34-06/vidomosti-pro-samootsiniuvannia-osvitno-naukovykh-prohram.

Загальний аналіз щодо Критерію 9:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 9.

Високий загальний рівень відкритості та популяризації ЗВО, зокрема у частині публікації нормативних документів, звітної інформації, навяні практики щодо оприлюднення ключових аспектів забезпечення якості освітньої діяльності.

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 9.

Слабкі сторони: під час роботи ЕГ не мала можливості ознайомитись з силабусами вибіркових ОК (нормативні - було завантажено в систему НАЗЯВО), адже в НаУКМА не передбачено гостьових доступів до системи dist.edu. Рекомендації: доцільно розглянути можливість надання гостьових доступів до внутрішніх методичних матеріалів системи dist.edu, на думку ЕГ зниме величезну кількість запитань під час проходження акредитацій всіх ОП/ОНП НаУКМА, в тому числі і розвантажить роботу керівника та усього підрозділу, відповідального за систему електронного університету. Тим більше, що саме ця дуже насичена робота усього ПВС є додатковою “родзинкою” НаУКМА.

Рівень відповідності Критерію 9.

Рівень В

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 9.

Загалом ОНП відповідає вимогам Критерію 9, відповідна оцінка відображає всю цілісність встановлених релевантних фактів (у відкритому доступі знаходиться нормативна база забезпечення освітнього процесу; розклад навчальних занять; поточна інформація щодо проектів Положень, змін та проектів ОП, тощо; Правила та вимоги до вступу, програми вступних випробувань). Наявність відкритого доступу до методичного забезпечення ОК спростить процедури свідомого вибору ОК здобувачами (не обмежуючи цей доступ виключно тими здобувачами, які записалися на відповідний курс), а також наявність гостьових доступів до ЕГ дозволить змістовно оцінити якість методичних напрацювань ПВС за ОНП. Зазначені слабкі сторони є несуттєвими.

Критерій 10. Навчання через дослідження:

1. Зміст освітньо-наукової програми відповідає науковим інтересам аспірантів (ад’юнктів) і забезпечує їх повноцінну підготовку до дослідницької та викладацької діяльності у закладах вищої освіти за спеціальністю та/або галуззю.

не застосовується

2. Наукова діяльність аспірантів (ад’юнктів) відповідає напрямові досліджень наукових керівників.

не застосовується

3. Заклад вищої освіти організаційно та матеріально забезпечує в межах освітньо-наукової програми можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень відповідно до тематики

аспірантів (ад'юнктів) (проведення регулярних конференцій, семінарів, колоквіумів, доступ до використання лабораторій, обладнання тощо).

не застосовується

4. Заклад вищої освіти забезпечує можливості для долучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, зокрема через виступи на конференціях, публікації, участь у спільних дослідницьких проектах тощо.

не застосовується

5. Існує практика участі наукових керівників аспірантів у дослідницьких проектах, результати яких регулярно публікуються та/або практично впроваджуються.

не застосовується

6. Заклад вищої освіти забезпечує дотримання академічної доброчесності у науковій діяльності наукових керівників та аспірантів (ад'юнктів), зокрема вживає заходів для виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності.

не застосовується

Загальний аналіз щодо Критерію 10:

Сильні сторони та позитивні практики у контексті Критерію 10.

не застосовується

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 10.

не застосовується

Рівень відповідності Критерію 10.

не застосовується

Обґрунтування рівня відповідності Критерію 10.

не застосовується

IV. Інші спостереження

У цьому розділі експертна група може викласти інші спостереження, пов'язані із освітньою програмою, освітньою діяльністю за цією програмою або процедурою проведення акредитації.

Навчально-методичне забезпечення ОК, силабуси вибіркових ОК знаходяться в доступі виключно для авторизованих користувачів НаУКМА на платформі dist.edu. Зазначимо, що ЕГ має виконати покладені на неї функції, та в жодному разі, не претендує на "інтелектуальний капітал ЗВО та авторське право", тому відмова в

наданні вказаних матеріалів для змістовного вивчення та аналізу залишила певні неприємний післясмак, однак, не знизила загального позитивного враження від високих стандартів та підходів до освітнього процесу в НаУКМА. Не простежується чіткий зворотній зв'язок зі стейкґолдерами щодо отриманих пропозицій та зауважень по проекту ОНП (прийняті чи відхилені надані пропозиції).

V. Підсумки

На думку експертної групи, підстави для прийняття рішення про відмову в акредитації ОП, не пов'язані із відповідністю Критеріям оцінювання якості освітньої програми, **відсутні.**

За результатами акредитаційної експертизи експертна група вважає, що освітня програма відповідає Критеріям за наступними рівнями відповідності:

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми	B
Критерій 2 . Структура та зміст освітньої програми	B
Критерій 3 . Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання	B
Критерій 4 . Навчання і викладання за освітньою програмою	B
Критерій 5 . Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність	A
Критерій 6. Людські ресурси	B
Критерій 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси	B
Критерій 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми	B
Критерій 9. Прозорість та публічність	B
Критерій 10. Навчання через дослідження	*не застосовується*

За результатами акредитаційної експертизи рішенням експертної групи є **акредитація.**

Додатки до звіту:
Відсутні

***

Шляхом підписання цього звіту ми стверджуємо, що провели акредитаційну експертизу у повній відповідності із Положенням про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, та інших актів законодавства, а також здійснювали свої функції добросовісно, неупереджено і доброчесно.

Документ підписаний кваліфікованими електронними підписами.

Керівник експертної групи

Забарна Елеонора Миколаївна

Члени експертної групи

Зайцева Олена Іванівна

Ткаченко Наталія Борисівна